



УДК 021

Козина Світлана

Завідувач відділу науково-методичної та культурно-просвітницької роботи бібліотеки імені М. А. Жовтобрюха, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка, м. Полтава

СТИЛЬ ТА ІМІДЖ СУЧАСНОЇ БІБЛІОТЕКИ

У статті розглядається поняття іміджу сучасної бібліотеки, формування престижу бібліотечної професії.

***Ключові слова:** імідж бібліотеки, образ бібліотекаря, PR-технології, реклама бібліотечних послуг.*

Бібліотека розвивається та змінюється паралельно з суспільством, що в свою чергу відображає історію, рівень науки, освіти і культури. Але незмінним залишається те, що вона є інформаційним, культурним та загальноосвітнім осередком.

Поняття іміджу бібліотеки та престижу бібліотечної справи не нове. О. В. Хортюк дає таке визначення іміджу: «цілеспрямовано сформований образ (особи, явища, предмета), який відокремлює певні ціннісні характеристики, покликаний емоційно-психологічно впливати на будь-кого з метою популяризації, реклами тощо» [9, с. 211–214]. А якщо говорити про імідж організації чи установи, зазначає Ю. Падает, то це «сукупне сприйняття конкретного підприємства споживачами, діловими партнерами, громадськими організаціями, контактними аудиторіями та персоналом [4, с. 169–174].

Довгий час як у художній літературі, так і засобах масової інформації, у кіномистецтві і у людській свідомості був сформований негативний образ бібліотекаря – похмура сива жінка в окулярах у якої волосся зібрано в пучок; так і образ бібліотеки – казенне тихе приміщення у якому повно недоступних книжок та дозвілля для «заучок». Але з роками поступово змінюється ставлення як до професії бібліотекаря так і до самої бібліотеки. Книгозбірні виходять на міжнародний рівень; спілкуються та діляться власним досвідом з фахівцями з різних країн, беруть участь і співпрацюють з міжнародними бібліотечними асоціаціями та товариствами.



Так кожна бібліотечна установа прагне створити свій індивідуальний сучасний образ. Варто зазначити, що формування іміджу і престижу бібліотеки – процес безперервний і довготривалий, він як і образ людини формується протягом усього періоду функціонування та розвитку. Отже, головне завдання на даному етапі для досягнення успіхів бібліотечної установи – посилена робота над створенням власного бренду. А це в свою чергу залежить від рівня та комфортності бібліотечно-інформаційного обслуговування. Вже сформований образ бібліотеки визначається ставленням суспільства до неї, до її ресурсів та послуг.

Основні компоненти, що впливають на імідж бібліотеки: професійна етика самих працівників, веб-сайт бібліотеки, реклама послуг, оформлення приміщення, зв'язки з громадкістю та інші.

Не секрет, що імідж книгозбірні залежить від особистості бібліотекаря. На сьогодні читачі є дуже сучасні та розумні. А отже і сам бібліотекар, повинен мати високий загальноосвітній рівень, бути комунікабельним, толерантним та креативним, тактовним та делікатним. А вміння спілкуватися з читачами є запорукою успішної роботи установи. Тому постійно виникає потреба бібліотечного працівника у навчанні та вдосконаленні своїх комунікативних навичок. Відомий книгознавець М. Рубакін зазначав: «Ніколи не припиняйте вашої самоосвітньої роботи і не забувайте, що, скільки б ви не знали, знанню і освіті немає ні кордонів, ні меж» [7, с. 16].

Невід'ємною складовою, що формує імідж бібліотеки є реклама послуг, яка спрямовує на інформування читацької аудиторії, метою якого є активний попит на послуги. Позитивне уявлення про бібліотеку має і власний сайт та доповнення до нього – блог чи мікроблог, адже інформація про бібліотеку подається у весвітню мережу, що дає можливість збільшити кількість користувачів. Будь-який відвідувач, зайшовши на сайт бібліотеки, може безпосередньо ознайомитися зі структурою бібліотеки, графіком роботи, послугами, ресурсами, з новими надходження до бібліотеки та попрацювати з електронним каталогом, знайти детальну інформація про правила ведення пошуку в каталозі; віртуальними виставками, інформацією про заплановані та проведені заходи, послуги, які надає бібліотека, зворотній зв'язок та інше. Досить багато бібліотек мають свої аккаунти у соціальних мережах таких як Facebook, Instagram, Twitter. Поза конкуренцією залишається хостинг відеоматеріалів YouTube. І це вже не данина моді, а вимога часу.



Для створення позитивного іміджу книгозбірні активно використовуються PR-технології. Основними PR-заходами є: «презентація – представлення бібліотечним закладом себе, свого підрозділу, особи, послуги або продукції широкій громадськості; медіа-брифінги – для надання представникам ЗМІ загальної інформації, яка може допомогти їм писати матеріали у майбутньому або висвітлювати події, які часто трапляються; публічні акції найрізноманітнішого спрямування для привернення уваги до бібліотеки; участь бібліотечних працівників на радіо- та телевізійних ток-шоу; зустрічі з редакторами ЗМІ; конференції – засіб спілкування, обговорення та вирішення проблем у наукових, професійних і політичних спільнотах, ділове спілкування; круглі столи як спосіб обговорення проблеми, вироблення стратегії і тактики ділової політики бібліотечного закладу; дні відкритих дверей; виставки – як у бібліотеці, так і за її межами, організовані власними силами чи в кооперації з іншими закладами та установами; промоушн-акції – комплекс заходів, метою яких є вплив на кінцевого споживача послуг і пропозицій бібліотеки тощо» [8].

Розглядаючи поняття оформлення приміщення слід зазначити, що у термінологічному словнику з культурології, за редакцією В. Антофійчука, зазначається, що термін дизайн походить від (англ.- проект, план, малюнок) – метод проектування зручних і красивих речей на основі наукових в тому числі й естетичних даних [1]. Інтер'єр бібліотеки – це архітектурно й художньо оформлений простір будівлі, який включає його оздоблення, меблі, устаткування. Переступивши поріг бібліотеки відвідувач повинен відчувати себе комфортно. А для цього, насамперед, книгозбірня повинна створити рекреаційні зони для читачів зі зручними для навчання і відпочинку меблями: диванчиками, столиками чи столами, кріслами ... Адже вони повертаються завжди в ту бібліотеку, де їм затишно, комфортно і красиво, туди де не лише є інноваційні методи роботи, але й туди де поняття «читання», «навчання», «задоволення» взаємопов'язані.

Підсумовуючи, варто зазначити що представлений огляд є лише поверхневим аналізом вивчення проблеми іміджу сучасних бібліотек. Але кожна бібліотека повинна мати дійсно своє неповторне професійне обличчя. Адже на сьогодні книгозбірня – це не тільки окрема будівля з читальними залами та книгосховищами, а справжній



інформаційний центр, де запроваджені новітні технології, створені комфортні умови для користувачів, це високотехнологічна інформаційна система, яка здатна задовольнити запити найвибагливіших користувачів; це відкритий інформаційний портал.

Список використаних джерел

1. Антофійчук В. Культурологія : термінолог. слов. Чернівці, 2007. 159 с.
2. Барабаш С. Паблік рилейшнз як інструмент маркетингової комунікації бібліотеки. *Вісник Книжкової палати*. 2010. № 6. С. 30–33.
3. Імідж бібліотекаря: від минулого до сьогодення. 2015. № 8. С. 16–18.
4. Падафет Ю. Г. Механізм формування іміджу державної установи. Харків, 2005. 216 с.
5. Проценко Т. Формування іміджу сучасної бібліотеки. *Бібліотечна планета*. 2013. № 3(61). С. 10–12.
6. Риб'янцева І. Комфортний простір – підґрунтя для якісного бібліотечного обслуговування. *Бібліотечна планета*. 2012. № 2. С. 10–11.
7. Рубакин Н. А. Как заниматься самообразованием. Москва. 1962. 127 с.
8. Українська бібліотечна енциклопедія. Паблік Рілейшен. [Електронний ресурс]. URL: <http://ube.nplu.org/article/Паблік%20Рілейшенз> (дата звернення: 01.06.2018).
9. Хортюк О. В. Співвідношення понять «ділова репутація», «гудвіл», «імідж», «престиж», «реноме». *Часопис Київського університету права*. 2010. № 4. С. 211–214.

Svitlana Kozyna

Style and Image of Modern Library

The author considers the concept of the modern library image and the formation of the prestige of the library specialty.

Key words: *image of the library, image of the librarian, PR-technology, advertising of library services.*